

Ewelina Tyc

Uniwersytet Śląski w Katowicach
etyc.us@wp.pl
ORCID ID: 0000-0002-1191-0347

Autobiografia w medialnym wydaniu (na przykładzie *Nieautoryzowanej autobiografii* Kuby Wojewódzkiego)

„Popkultura potrzebuje autokreacji,
jest ostentacyjnie ekshibicjonistyczna i nie tylko kocha skandal,
ale i czerpie z niego zyski”¹.

„[...] mówi się, że przyszło na życie
w kulturze autobiografizmu”².

Media masowe – dogodna przestrzeń do autokreacji

Współcześnie, przez wzgląd na postępującą indywidualizację zachodniego społeczeństwa³, w centrum medialnych refleksji często znajduje się podmiot kreujący swój medialny wizerunek, który ma prawo „do bycia sobą, stwarzania siebie, autoekspresji”⁴.

¹ A. Nasiłowska, *Złe wychowanie jako norma*, „Teksty Drugie” 2018, nr 6, s. 8.

² J. Madejski, *Praktykowanie autobiografii. Przyczynki do literatury dokumentu osobistego i biografistyki*, Szczecin 2017, s. 21.

³ S. Gajda, *Współczesna polska przestrzeń dyskursywna*, [w:] *Dyskurs i jego odmiany*, red. B. Witosz, K. Sujkowska-Sobisz, E. Ficek, Katowice 2016, s. 20.

⁴ M. Kita, *Język w mediach w kontekście kultury indywidualizmu*, [w:] *Styl, dyskurs, media*, red. B. Bogoleńska, M. Worsowicz, Łódź 2010, s. 93.

Konwergentne media, które przeobrażają proces komunikowania masowego w wielu aspektach⁵, ze wszech stron otaczają odbiorców, oferując zarówno dostęp do różnorodnych treści, nawet tych przekraczających tabu, jak i towarzysząc im w najbardziej intymnych sytuacjach oraz umożliwiając relacjonowanie/dokumentowanie prywatnego życia w mediach. Dzisiaj „znakiem współczesnej kultury jest wszechobecność mediów”⁶, w której człowiek balansuje między komunikacją bezpośrednią a zapośredniczoną przez media – równie towarzyską, serdeczną i bezpretensjonalną. Obserwacje medialnej przestrzeni⁷ wyłaniają dla badacza mediów ciekawy obszar analiz dotyczących kreowania się podmiotu, redefiniowania osobowości w mediach⁸ oraz ekspansji komunikatów autopromocyjnych. Jak zauważa Tadeusz Miczka, „autowizerunek i dyskurs autopromocyjny nie są tylko rezultatami sprawnego użytkowania multimediiów i prowadzenia gier komunikacyjnych, ale są również świadectwami poszukiwania sensu życia”⁹, kreowania siebie, stwarzania nowego, bo medialnego wizerunku, wpisującego się w aktualne trendy, realizującego nasze wyobrażenia o sobie oraz takiego, który się opłaca. Osobiste narracje, eksponowanie prywatności w mediach czy wreszcie upublicznianie plotki¹⁰ dają użytkownikom internetu poczucie, a może tylko złudzenie, że wiedzą dużo o innych, nawet tych, których osobie nie znają. Przecież wielu celebrytów prezentuje swoją rodzinę, informuje: gdzie mieszka, jak wygląda ich sypialnia/łazienka, gdzie jedzą i co jedzą, gdzie jeżdżą na wczasy, jaki sport uprawiają itd. Coraz częściej angażują innych użytkowników mediów społecznościowych we wspólne oczekiwanie na ich ślub czy narodziny dziecka. Używając metafory Ervinga Goffmana¹¹,

⁵ Zob. więcej K. Doktorowicz, *Konwergencja technologiczna i strukturalna we współczesnych mediach. Skutki dla komunikacji, rynku i polityki*, [w:] *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*, red. Z. Oniszczyk, M. Wielopolska-Szymura, Katowice 2012, t. 1, s. 11–28.

⁶ B. Skowronek, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Kraków 2013, s. 47.

⁷ Por. Ł. Kiszkiel, *Wirtualne tożsamości. Portale społecznościowe jako formy autokreacji*, [w:] *Nowe media i wyzwania społeczności*, red. M. Sokołowski, Toruń 2013, s. 175–192 oraz M. Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Poznań 2003.

⁸ Ł. Kiszkiel, *Wirtualne tożsamości. Portale społecznościowe jako formy autokreacji*, [w:] *Nowe media i wyzwania społeczności*, red. M. Sokołowski, Toruń 2013, s. 187.

⁹ T. Miczka, *Od id w kulturze tradycyjnej do ID w sieci. Dyskurs autopromocyjny w badaniach kulturoznawczych*, [w:] *Dyskurs autopromocyjny dawniej i dziś*, t. 2, red. A. Kalisz, E. Tyc, Katowice 2016, s. 17.

¹⁰ Więcej: A. Kalisz, *O roli plotki w mediach masowych i nie tylko. Ujęcie genologiczne*, [w:] *Linguarum silva. Język w (kon)tekście... Szkice historycznojęzykowe, porównawcze i współczesne*, red. B. Mitrenga, Katowice 2019, t. 8, s. 117–130.

¹¹ Zob. E. Goffman, *Człowiek w teatrze życia codziennego*, przeł. H. Datner-Śpiewak, P. Śpiewak, Warszawa 2008.

można powiedzieć, że profile społecznościowe są sceną, jednak coraz częściej na głównym planie prezentowane są kulisy. Małgorzata Kita określa to zjawisko erozją prywatności i podkreśla, że jest ono widoczne we wszystkich współczesnych mediach¹². Medialny ekshibicjonizm jest charakterystyczny dla współczesnej kultury, określanej mianem „transparentnej”, w której eliminowane są bariery kulturowe, społeczne, obyczajowe czy fizyczne¹³.

Swoista „eksplozja mediów”¹⁴ oraz rosnąca popularność portali społecznościowych, w których „zapisujemy swoje przeżycia, myśli, emocje”¹⁵, a także dokumentujemy w sposób faktograficzny rozmaite wydarzenia, oddziałuje również na publikacje o charakterze autobiograficznym¹⁶. Współcześnie bowiem autobiografia ewoluuje i przybiera rozmaite, medialne formy, czego przykładem jest hipertekstowa autobiografia internetowa¹⁷. Aleksandra Grzemska zauważa, że „dziś autobiografia wychodzi poza genologię do szerszego kontekstu”¹⁸, dlatego też zasadne wydaje się spojrzenie na rozmaite teksty danego autora w perspektywie „pola autobiograficznego”¹⁹, tworzonego także w internecie. W związku z tym celem niniejszego opracowania będzie genologiczny ogląd fragmentu medialnej przestrzeni, zagospodarowanej przez Kubę Wojewódzkiego, notabene bardzo rozpoznawalnej i charyzmatycznej postaci, której działalność nie ogranicza się li tylko do medialnego obszaru, lecz także wykracza poza jego granice (więcej o tym później).

W związku z tym badaniu został poddany różnorodny i multimodalny materiał²⁰, ponieważ „Nieautoryzowana autobiografia”²¹ została przeana-

¹² M. Kita, „Sprzedawanie” prywatności w mediach, [w:] *Język w mediach. Antologia*, red. M. Kita, I. Loewe, Katowice 2014, s. 101.

¹³ M. Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Poznań 2003, s. 166.

¹⁴ T. Miczka, 2001, *Multimedia – „multi” w mediach. O nowych formach i wymiarach pluralizacji kultury*, [w:] *Nowe media, nowe w mediach*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław 2001, s. 12.

¹⁵ M. Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Poznań 2003, s. 163.

¹⁶ Pojęcie publikacje/narracje autobiograficzne traktuję w niniejszej analizie jako hiperonim, określający różne gatunki (autobiografie, dzienniki, wspomnienia, książki mówione), które przez badaczy zaliczane są do grupy dokumentu osobistego (zob. więcej M. Czermińska, *Badania nad prozą niefikcyjną...*, Warszawa 1996).

¹⁷ Zob. więcej W. Siwak, *Autobiografizm w sieci – autobiografia jako baza danych*, [w:] *Autobiografizm w kulturze współczesnej*, red. K. Citko, M. Morozewicz, Białystok 2012, s. 136.

¹⁸ A. Grzemska, *Matki i córki w polu autobiograficznym*, „Teksty Drugie” 2018, nr 6, s. 80.

¹⁹ Tamże, s. 81.

²⁰ Przez wzgląd na obszerność materiału felietony, wpisy internetowe, odcinki programu telewizyjnego oraz audycje radiowe były analizowane wybiórczo jako kontekst. Podstawowym i wyjściowym materiałem do obserwacji stanowiła *Nieautoryzowana autobiografia* Kubę Wojewódzkiego.

²¹ Zarówno książka, jak i audiobook.

lizowana w kontekście innych tekstów Kuby Wojewódzkiego, takich jak: felietony publikowane w prasie (szczególnie „Mea Pulpa” w tygodniku „Polityka”), wpisy zamieszczane w portalach społecznościowych (Facebook, Instagram), program telewizyjny (*Kuba Wojewódzki* emitowany w TVN), wypowiedzi w audycji radiowej (*Rozmowy: Wojewódzki & Kędzierski* w Newonce.radio) oraz artykuł warsztatowy *Talk-show, czyli puszka z Pandora*²². Do analizy obszernego materiału zostały również wykorzystane dotychczasowe opracowania, w których omówiono program „Kuba Wojewódzki”²³ oraz programy rozrywkowe z jego udziałem, archiwalną już dziś audycję radiową „Poranny WF” czy archiwalne felietony z „Polityki” i „Przekroju”²⁴. W przywołanych publikacjach uwaga skupiona była przede wszystkim na stylu dziennikarskim Wojewódzkiego. W niniejszym artykule przedmiotem rozważań będzie „Nieautoryzowana autobiografia” Kuby Wojewódzkiego, której intertekstualna narracja, jak się okazało w trakcie oglądu materiału, wykracza poza ramy książki. Przyjęta perspektywa będzie wymagała zastosowania narzędzi genologicznych, które pozwolą na usystematyzowanie bogatego i multimodalnego materiału.

Autobiografia w medialnej odśtonie

Termin „autobiografia” etymologicznie znaczy tyle, co **własny, pełny lub częściowy życiorys**; wypowiedź o sobie²⁵ czy też narracja o życiu jakiejś osoby napisana przez nią samą²⁶. Autobiografia – jak podaje *Słownik literatury polskiej XIX wieku* – „to utwór, w którym pisarz opowiada swoje życiowe doświadczenia, porządkując je tak, by ukazywały sens i historię jego osobowości”²⁷. Takie prymarne postrzeganie autobiografii jest jedną z możliwych perspektyw, gdyż jest to gatunek synkretyczny i dynamiczny.

²² Przez wzgląd na obszerność materiału felietony, wpisy internetowe, odcinki programu telewizyjnego oraz audycje radiowe analizowałam wybiórczo. Podstawowym i wyjściowym materiałem była *Nieautoryzowana Autobiografia* Kuby Wojewódzkiego.

²³ M. Lewandowska, *Profesjonalizm dziennikarski Kuby Wojewódzkiego*, Toruń 2019.

²⁴ M. Ławecka, *Styl osobniczy czy kreacja medialna? – o wypowiedziach Kuby Wojewódzkiego*, [w:] *Dyskurs autopromocyjny i jego współczesne odśtony* T.1, red. I. Loewe, A. Kalisz, E. Tyc, Katowice 2015, s. 79–94.

²⁵ Hasło *Autobiografia*, [w:] *Słownik rodzajów i gatunków literackich*, red. G. Gazda, S. Tynecka-Makowska, Kraków 2006, s. 51.

²⁶ A. Dziadek, *Autobiografia*, [w:] *Leksykon szkolny. Gatunki paraliterackie, publicystyczne i użytkowe*, red. M. Pytasz, Gorzów Wielkopolski 1993, s. 25.

²⁷ Zob. *Słownik literatury polskiej XIX wieku*, red. J. Bachórz, A. Kowalczykowa, Wrocław–Warszawa–Kraków 1994, s. 50.

Termin ten odnosi się także do „rozległego obszaru piśmiennictwa, a także do pewnych praktyk czytania”²⁸, co obrazuje pojęcie „autobiografizmu”²⁹ jako postawy, polegającej na nasyceniu twórczości przeżyciami autora. Małgorzata Czermińska również podkreśla potrzebę mówienia o „autobiografizmie, **żywole autobiograficznym** czy postawie autobiograficznej, a nie po prostu o autobiografii jako pewnym gatunku”³⁰, co dziś w kontekście zmian, które zachodzą pod wpływem współczesnych technologii, wydaje się zasadne. Warto również zauważyć, że autobiografia zarówno w historii, jak i współcześnie występuje w rozmaitych odmianach genologicznych i wariantach tematycznych³¹. Ciekawym obszarem dociekań jest swoista metamorfoza gatunków³² autobiograficznych, dokonująca się w nowych mediach. Badacze autobiografii zauważają, że „współczesne media społecznościowe są [...] naszym nowym, cyfrowym narzędziem autobiograficznym”³³, w których tworzone są przez użytkowników pamiętniki, niezwykle popularne – a nawet w niektórych kręgach zawodowych konieczne – elektroniczne dzienniki, stające się dziś istotnym komponentem budowania wizerunku lub/i promowania siebie, swoich usług, czy swojej firmy. Częstym sposobem komunikacji autopromocyjnej w internecie jest storytelling³⁴, czyli tworzenie narracji, w której eksponowana jest promowana osoba, usługa, produkt³⁵, niejednokrotnie te autopromocyjne opowieści zawierają „pierzwiastki autobiograficzne”³⁶. Należy również podkreślić, że nierzadko osoby popularne w mediach (influencerzy³⁷) na swoich profilach pieczołowicie relacjonują prywatne życie, opisują swoje spostrzeżenia, promując swój styl życia i siebie. Niezwykle popularne dziś *vlogmasy*, czyli

²⁸ J. Madejski, *Praktykowanie autobiografii. Przyczynki do literatury dokumentu osobistego i biografistyki*, Szczecin 2017, s. 11.

²⁹ J. Ziomek, hasło: *Autobiografizm*, [w:] *Literatura polska. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa 1984, t. 1, s. 35.

³⁰ M. Czermińska, *Postawa autobiograficzna*, [w:] *Studia o narracji. Z dziejów Form Artystycznych w Literaturze Polskiej*, red. J. Błoński, S. Jaworski, J. Sławiński, Wrocław, Warszawa, Kraków, Gdańsk, Łódź 1982, s. 223.

³¹ J. Madejski, *Praktykowanie autobiografii*, s. 12.

³² Więcej o tym [w:] M. Ślawska, *Formy dialogu*, Katowice 2014, s. 82–102.

³³ Sz. Kloza, *Sami o sobie w mediach społecznościowych*, [w:] *Autobiografizm w kulturze współczesnej*, red. K. Citko, M. Morozewicz, Białystok 2012, s. 165.

³⁴ Zob. B. Orzeł, *Opowieści... wizerunkowej treści. Storytelling jako strategia autopromocji*, [w:] *Dyskurs autopromocyjny i jego współczesne odsłony T. 1*, red. I. Loewe, A. Kalisz, E. Tyc, Katowice 2015, s. 48–54.

³⁵ Tamże, s. 51.

³⁶ M. Czermińska, *Postawa autobiograficzna*, s. 225.

³⁷ Por. *Dziennikarz, mediaworker, influencer. O kontekstach dziennikarskiej profesji*, red. K. Stasiuk-Krajewska, Wrocław 2019.

audiowizualne relacje z przygotowań do świąt, publikowane w portalach społecznościowych oraz *haul* zakupowe, czyli relacje z zakupów czy też sprawozdania pozakupowe, pokazują, że dokumentowanie prywatnego życia, relacjonowanie prozaicznych sytuacji stało się w tym zamkniętym kręgu odbiorców, czyli netizenów/bywalców sieci, niezwykle interesujące i niejednokrotnie wystarczające do budowania komercyjnego wizerunku oraz umiejętnego promowania swoich usług czy produktów. Na profilach społecznościowych, na blogach, w licznych wywiadach, w felietonach znane postaci mówią o kulisach swojego życia zarówno prywatnego, jak i zawodowego, dokonują intymnych wyznań, przywołują wspomnienia, skrywane tajemnice, analizują rozmaite wydarzenia ze swojego życia, czyli tworzą swoistą autobiograficzną narrację, prezentowaną niejako we fragmentach, rozsianą w różnych mediach, która może służyć różnym celom zarówno terapeutycznym, prospołecznym, jak i komercyjnym. Zatem zasadne jest pytanie, jaka jest współcześnie rola tradycyjnej autobiografii w wersji książkowej, którą – jak zauważa Szczepan Koloza – „kultura współczesna kocha”³⁸, pisanej coraz częściej przez osoby (celebrytów), które aktywnie korzystają z mediów i są „swego rodzaju cyfrowymi autobiografami”³⁹. Ciekawym zagadnieniem w kontekście upowszechnienia się autobiografii, pisanej też czasami z pomocą tzw. *ghostwriterów*⁴⁰, jest jej funkcja. Wielu badaczy podkreśla, że tradycyjna autobiografia jest publikacją wyjątkową, w znakomitej większości wydawaną raz w ciągu życia autora lub po jego śmierci: „Pisze się ją [autobiografię] dla potomnych, jak pamiętnik. Ale pisze się ją o sobie – nie jak pamiętnik. Do tego potrzebne jest przekonanie o publicznej ważności tego, co jednostkowe, osobiste, prywatne”⁴¹.

Obserwacje badaczy zagadnienia pokazują, że publikacje o charakterze autobiograficznym, nie są już li tylko „odpowiedzią na niepokój i lęk starzejącego się człowieka”⁴², pisane przez coraz młodsze osoby, nierzadko są elementem strategii marketingowej i mają charakter *stricte* komercyjny.

³⁸ Sz. Kloza, *Sami o sobie w mediach społecznościowych*, s. 161–162.

³⁹ Tamże, s. 162.

⁴⁰ Tamże, s. 161.

⁴¹ M. Czermińska, *Postawa autobiograficzna*, [w:] *Studia o narracji. Z dziejów Form Artystycznych w Literaturze Polskiej*, red. J. Błoński, S. Jaworski, J. Sławiński, Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk–Łódź 1982, s. 224.

⁴² G. Gusdorf, *Warunki i ograniczenia autobiografii*, [w:] *Autobiografia*, red. M. Czermińska, Gdańsk 2009, s. 33.

Medialne uniwersum Kuby Wojewódzkiego

Jakub Wojewódzki, posługujący się zdrobnieniem imienia – *Kuba*, karierę w mediach, początkowo głównie muzyczno-radiową, rozpoczął w latach 90. ubiegłego wieku.

Dziś można zaryzykować stwierdzenie, że jest postacią rozpoznawalną przez wszystkich, choć postrzeganą fragmentarycznie, czyli na przykład przez działalność w określonym medium czy w programie/audycji. Nieliczni, bo zaledwie 15% ankietowanych⁴³ osób, potrafiło wskazać więcej niż cztery obszary⁴⁴ jego działalności, a należy podkreślić, że dorobek zawodowy Wojewódzkiego jest zarówno pokaźny, jak i różnorodny. Przez wzgląd na wyniki ankiet, które pokazują wybiórczą znajomość Kuby Wojewódzkiego, który tylko z pozoru uchodzi za bardzo dobrze znanego, przedstawiony zostanie krótki, acz skondensowany opis jego działalności.

Jak już wcześniej wspomniano swoją karierę zaczynał od szeroko pojętej branży muzycznej: był animatorem muzyki, pracował w firmie fonograficznej, współorganizował festiwale muzyczne, ale – co istotniejsze – w niniejszych rozważaniach to fakt, że współpracował z różnymi stacjami radiowymi, m.in. z Rozgłośnią Harcerską, Programem Trzecim Polskiego Radia. Przez młodszych odbiorców Wojewódzki zdecydowanie jest kojarzony głównie z audycjami prowadzonymi w Antyradiu i Esce Rock. Od 2019 roku prowadzi w duecie z Piotrem Kędzierskim audycję *Wojewódzki & Kędzierski* w Newonce.radio. Również od lat 90. XX w. nieprzerwanie związany jest z prasą. Najpierw jako redaktor naczelny muzycznego miesięcznika „Brum”, później autor rubryki pt. *Biblioteka* w „Przekroju”, a od 2009 roku felietonista w autorskim cyklu *Mea Pulpa, czyli kronika popkulturalna Kuby Wojewódzkiego* w „Polityce”. Z kolei w telewizji zadebiutował w programie muzycznym *Rockandroller* w TVP, później prowadził *Halo Gramy* w Polsacie i teleturniej *Pół żartem, pół serial* w TVP. Jednak dziś najbardziej kojarzony jest przede wszystkim z emitowanym w TVN od dziewiętnastu lat programem *Kuba Wojewódzki* oraz działalnością jurorską w różnych *talent show*. Przy działalności telewizyjnej nie można pominąć jego udziału w reklamach. Dziś jest twarzą cyklu reklam firmy Play, z którą

⁴³ W celach badawczych w 2019 roku ankietowana była grupa 210 studentów w przedziale wiekowym między 19 a 23 lata.

⁴⁴ Najczęściej ankietowani wskazywali program *Kuba Wojewódzki*, felietony *Mea pulpa*, *Poranny WF* w Radiu Eska Rock i udział w *talent show*.

związany jest od 2011 roku. Ekspansywnie również zagospodarowuje internet. Jest aktywny zarówno na profilach w portalach społecznościowych, jak i na YouTube prowadzi kanał pt. *Sztuka łączenia*.

Ma na swoim koncie również rozdział warsztatowy zatytułowany „Talk-show, czyli puszka z Pandorą” opublikowany w „Biblii Dziennikarstwa”, autobiografię pt. „Nieautoryzowana autobiografia”, epizody aktorskie oraz jest restauratorem, m.in. od 2019 roku współwłaścicielem warszawskiego lokalu „Niewinni czarodzieje”. Ta pobieżna, acz wystarczająca na potrzeby niniejszych rozważań sylwetka Wojewódzkiego pokazuje, że jest postacią funkcjonującą nieprzerwanie od trzydziestu lat w polskim show-biznesie. Warto zaznaczyć, że przez cały ten czas pracuje jednocześnie w różnych typach mediów, co jeszcze kilkanaście lat temu nie było częstą praktyką. Dziś pod wpływem ekspansji nowych mediów zaczyna się to zmieniać, choć wciąż nie jest normą. Wiesław Godzic zauważa, że fenomen Kuby Wojewódzkiego polega na jego osobowości:

Jedną z najważniejszych przyczyn [licznej widowni E.T.] wydaje się zainteresowanie widzów nie tyle prostą formułą programu, ale jego prowadzącym, wykreowaną postacią Kuby. Od czasów *Idola* Wojewódzki należy do ścisłej czołówki gwiazd-profesjonalistów, którzy wiedzą, w jaki sposób złapać i przykuć uwagę grup odbiorczych⁴⁵.

Dzisiaj, kiedy można spojrzeć na tę postać przez filtr wielu tekstów, realizowanych zarówno w wersji tradycyjnej, jaki i audialnej czy audiowizualnej, oraz publikowanych w małych (felieton) i dużych (autobiografia) formach nie sposób nie zgodzić się, że istotą fenomenu Kuby Wojewódzkiego jest właśnie jego kreacja – od wielu lat stała i niezmienna, czego dowodzą badacze⁴⁶. Sam dziennikarz w wywiadach mówi o konsekwencji w budowaniu swojej marki: „moja droga do sukcesu pokazuje, że jeśli masz ten plan bardzo wcześniej i skutecznie go krok po kroku realizujesz, to on

⁴⁵ W. Godzic, *Kuba i inni. Twarze i maski popkultury*, Warszawa 2013, s. 56.

⁴⁶ Por. M. Ławecka, *Styl osobniczy czy kreacja medialna? – o wypowiedziach Kuby Wojewódzkiego*, [w:] *Dyskurs autopromocyjny i jego współczesne odstony*, t. 1, red. I. Loewe, A. Kalisz, E. Tyc, Katowice 2015, s. 79–94; M. Lewandowska, *Profesjonalizm dziennikarski Kuby Wojewódzkiego*, Toruń 2019; W. Godzic, *Kuba i inni. Twarze i maski popkultury*, Warszawa 2013.

jest możliwy”⁴⁷. Swoją pracę określa jako „lekkie medialne szaleństwo”⁴⁸, a wizerunkową strategię opisuje wprost:

Mam do czynienia z ludźmi, którzy są notorycznymi amatorami i kretynami. Oby zawsze takimi byli, bo kiedy oni przestaną mnie nienawidzić, to wszystkie moje aktywa i pasywa spadną. [...] Każdy mój program im mocniej jest krytykowany, tym później jest większa widownia⁴⁹.

Wojewódzki niejednokrotnie podkreśla, że ma strategię, konsekwentnie realizowaną we wszystkich medialnych projektach, w których bierze udział. Pojawia się zatem pytanie, czy „Nieautoryzowana autobiografia” wpisuje się w strategię budowania wizerunku agresywnego, satyrycznego, prowokatorskiego, czy może jest swoistym podsumowaniem dotychczasowej kariery i zaprezentowaniem innego, nieznanego dotychczas oblicza dziennikarza.

Autobiografia Kuby Wojewódzkiego

W celu opisu i usystematyzowania omawianego pola genologicznego posłużę się narzędziami wypracowanymi przez Marię Wojtak, a ściślej aspektami gatunku: strukturalnym, poznawczym, pragmatycznym i stylistycznym⁵⁰. Przywołane płaszczyzny pozwolą scharakteryzować analizowany gatunek w zakresie struktury, wizji i autointerpretacji przedstawianego świata, bo jak wskazuje Adam Dziadek, „Intencją autorów [autobiografii E.T.] nie jest wyłącznie przedstawienie życia według dokładnego następstwa zdarzeń, ale zarysowanie jego wizji, próby ogarnięcia jego całości”⁵¹ oraz sytuacji komunikacyjnej, a także stylu (w tym stylu indywidualnego⁵²). Przywołane aspekty pozwolą nie tylko na wskazanie elementów „pola autobiograficznego” tworzonych przez Kubę Wojewódzkiego, lecz także umożliwią uchwycenie charakterystycznych cech jego stylu. Należy jednak zaznaczyć, że schemat Marii Wojtak został zaprojektowany z myślą

⁴⁷ Cytat z wywiadu z Kubą Wojewódzkim w „OnetRano” <https://www.youtube.com/watch?v=aNDrZomH-HGQ> [dostęp 1.09.2020].

⁴⁸ Tamże.

⁴⁹ Tamże.

⁵⁰ M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Lublin 2004, s. 16–17.

⁵¹ A. Dziadek, *Autobiografia*, [w:] *Leksykon szkolny*, s. 27.

⁵² Więcej E. Bańkowska, *Z problematyki stylu*, [w:] *Praktyczna stylistyka nie tylko dla polonistów*, red. Bańkowska E. [i in.], Warszawa 2003, s. 50–78.

o gatunkach prasowych, dlatego w niniejszym artykule zostanie on nieco zmodyfikowany. Warto też dodać, że między poszczególnymi aspektami nie da się zaznaczyć ostrej granic, ponieważ są ze sobą powiązane, przenikają się i jako całość, dają pełny obraz genologiczny.

Charakterystykę „Nieautoryzowanej autobiografii” Kuby Wojewódzkiego⁵³, która będzie stanowiła główny materiał niniejszej analizy, warto rozpocząć od przywołania fragmentu z artykułu opublikowanego 2010 roku pt. „Talk-show, czyli puszka z Pandorą”, w którym Wojewódzki udziela technicznych wskazówek, jak przygotować *talk-show*: „Nie należy bać się **wielowątkowości, pozornego chaosu, wybiórczego sięgania po określone wątki** z biografii. Talk-show to **wariacja** na temat rozmowy i wariacja na temat biografii. **Kolaż faktów, dat, wydarzeń i plotek** [po-grubienie E.T]. Zwolenników linearnej, uporządkowanej narracji zapraszamy gdzie indziej”⁵⁴.

Przytoczone powyżej słowa niezwykle trafnie opisują budowę „Nieautoryzowanej autobiografii”, która jest wielowątkowa, wybiórcza i nielinearna, a to pozwala przypuszczać, że autor zastosował do niej strukturalne kryteria *talk-show*, a jeśli tak, to można się spodziewać, że kolejne warunki tego gatunku również zostaną do autobiografii włączone jako „przebitki gatunkowe”⁵⁵, co wykaże niniejsza analiza.

Główną osią autobiografii jest kariera bohatera. Detalicznym i chronologicznym opisem swojej działalności zawodowej poświęca najwięcej miejsca od pierwszych do ostatnich stron książki. Ten temat jest elementem spajającym strukturę całości. To właśnie etapy zawodowe pozwalają odbiorcy, mniej więcej, określić czas opisywanych wydarzeń. Należy tu jednak zaznaczyć, że usytuowanie w czasie opisywanych zdarzeń wydaje się być dla autora drugorzędne, gdyż rzadko używa operatorów czasu. Na tę oś zawodową Wojewódzki niejako nawija rozmaite wątki poboczne, wprowadzane na zasadzie skojarzeń z sytuacją lub osobami, które bohater spotkał na poszczególnych etapach swojej drogi zawodowej. Częstym zabiegiem sto-

⁵³ Zgodnie z „paktem autobiograficznym” Lejeune’a przyjmuję w niniejszej analizie, że autor, narrator, bohater tworzy tekst „ciążący ku szczeroci” więcej o tym w: P. Lejeune, *Pakt autobiograficzny*, [w:] tegoż *Wariacje na temat pewnego paktu. O autobiografii*, red. R. Lubas-Bartoszyńska, Kraków 2007.

⁵⁴ K. Wojewódzki, *Talk-show, czyli puszka z Pandorą*, [w:] *Biblia dziennikarstwa*, red. A. Skworz, A. Niziołek, Kraków 2010, s. 520.

⁵⁵ Wojtak M., *Gdy „między” jest w środku, czyli o przenikaniu się konwencji gatunkowych w konkretnych tekstach (na przykładzie przekazów prasowych)* [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 5, *Gatunek a granice*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Katowice 2015, s. 86.

sowanym przez Wojewódzkiego jest retrospekcja, kiedy przywołuje wspomnienia, na przykład te, dotyczące okoliczności poznania osób, z którymi później realizował rozmaite projekty. Drugim wyeksponowanym przez autora wątkiem są liczne kobiety, z którymi był dłużej, krócej bądź miał zamiar być związany. W książce wymienia ok. 30 kobiet, jednak – jak sam zauważa – to nie są wszystkie: „O wszystkich dziewczynach, miłościach, związkach czy flirtach nawiązanych analogowo nie jestem w stanie tu napisać, bo to nie o tym ma być ten literacki wybryk” (NA, s. 286). Mimo tej deklaracji autora, kobiety są drugim dominującym tematem tuż po karierze zawodowej. Być może wynika to z tego, że większość kobiet, z którymi był związany, poznawał w pracy; zatem te dwa wątki są powiązane. „Kiedy słynna Bożenka zawitała do mnie [do programu E.T.] na pogawędkę, to tak nam się jakoś miło gawędziło, a potem dość zmysłowo zęgnął, że postanowiliśmy zainicjować skontaktowanie bez kamer” (NA, s. 285).

A może popularny w literaturze motyw miłości, związków, flirtów, życia erotycznego czyni tematem dominującym, dlatego że to się sprzedaje, ciekawi i zajmuje ludzi.

W tle dwóch głównych bloków tematycznych, które wyznaczają układ narracji, pojawia się kilka drugoplanowych, w których Wojewódzki opisuje życie celebrytów, mechanizmy show-biznesu, kuluary pracy w mediach, ujawnia w komentarzach swoje poglądy polityczno-społeczne i opowiada o słabości do luksusowych samochodów. Najmniej miejsca poświęca rodzinie oraz życiu w Koszalinie, konstatując: „Nie pamiętam wiele z Koszalina” (NA, s. 47), dlatego te wątki można określić jako trzecioplanowe, epizodyczne.

Niezwykle istotne w strukturze analizowanej autobiografii jest jej intertekstowość i paratekstowość⁵⁶. To właśnie te kryteria powodują, że narracja Wojewódzkiego nie zamyka się w tej książce, tylko wychodzi poza nią, gdyż odsyła – do innych tekstów, kontekstów czy wreszcie mediów. Jest to tekst naszpikowany cytatami z innych utworów, które Kuba Wojewódzki nagminnie przywołuje, eksponując tym również swoją erudycję. Nawet ramę delimitacyjną „Nieautoryzowanej autobiografii” stanowią cytaty.

Inicjalny, otwierający książkę: „Jestem jeszcze zbyt młody i zbyt mało znaczący, by pisać pamiętniki. Piszę o ludziach, których znałem i których

⁵⁶ Termin paratekst przyjmuję – za Iwoną Loewe – jako eskortę wytworów kultury uczestniczącą w procesie ich homogenizacji więcej [w:] I. Loewe, 2007, *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Katowice.

kochałem”. Uwielbiam to zdanie z Pięknych dwudziestoletnich Marka Hłaski” (NA, s.7).

I finalny, gdzie autor niejako żegna się z czytelnikami, cytując słowa Jana Nowickiego z rozmowy telefonicznej: „«No to sobie pogadaliśmy, a teraz spierdalaj»”. / **Czego i wam życzę!**” (NA, s.488).

Warto zauważyć, że formuła zamykająca „Nieautoryzowaną autobiografię” jest podobna do zwieńczenia artykułu „Talk-show, czyli puszcza z pandorą”. W książce najpierw przywołany jest cytat Jana Nowickiego, w artykule z kolei Andrzeja Grabowskiego, natomiast później następują podobne formuły zamykające: „Zapytany przeze mnie [Andrzej Grabowski], jak to jest grać w telewizji idiotę, odpowiedział: «Ty musisz o tym wiedzieć najlepiej»”. / **Czego i tobie, czytelniku, życzę. Miłego gadania.**⁵⁷

Istotnym obszarem analizowanej autobiografii są podobieństwa do innych tekstów Wojewódzkiego, nie tylko na płaszczyźnie struktury, ale też stylu czy tematu, co świadczy o tworzeniu „poła autobiograficznego” wychodzącego poza ramy książki. Wiele informacji, sytuacji, które zostały przytoczone w publikacji książkowej pojawiają się także w innych mediach. Należy podkreślić, że niejednokrotnie Wojewódzki używa do ich opisu identycznych słów. Oto przykład: „Poznaliśmy się dawno temu [o Annie Przybylskiej E.T.], kiedy z moim współnikiem produkowaliśmy [...] odcinki o serialu *Złotopolscy* [...] Uwodziła wszystkich tym, że nie uwodziła zupełnie nikogo” (NA s. 288). „Poznaliśmy się dawno dawno temu [o Annie Przybylskiej E.T.], gdy grała w serialu *Złotopolscy*. Uwodziła wszystkich tym, że nie uwodziła nikogo” (*Instagram* 5.10.2020).

Często w swoich tekstach przywołuje te same osoby, używając podobnych skojarzeń: „Wielokrotnie zapraszałem go [Michała Żebrowskiego] do swego programu, ale ona zawsze z powagą Wiedźmina i dostojeństwem Skrzetuskiego posyłał mnie won” (NA s. 260). „Michał Żebrowski, etatowy twardziel polskiego kina – Skrzetuski, Wiedźmin czy wreszcie profesor Falkowicz ze szpitala w Leśnej Górze...” (*Mea pulpa...*, s. 83).

Takich analogii i podobieństw jest więcej. To pozwala wysnuć tezę, że „Nieautoryzowana autobiografia” jest swoistym zbiorem wątków, fragmentów, epizodów autobiograficznych, które ukazały się bądź ciągle się ukazują w innych gatunkach, realizowanych przez Kubę Wojewódzkiego.

⁵⁷ K. Wojewódzki, *Talk-show, czyli puszcza z Pandorą*, [w:] *Biblia dziennikarstwa*, red. A. Skworz, A. Niziołek, Kraków 2010, s. 522.

Ponadto analizowana autobiografia jest siecią cytatów z utworów muzycznych, literatury, publicystyki, reklamy. Oprócz licznych przytoczeń, anegdot, zasłyszanych rozmów 10% całej książki stanowią transkrypcje dialogów z programu „Kuba Wojewódzki”. Oto przykład:

Wiele lat później zapytałem Zygmunta Staszczyka, naczelnego zapiewającego grupy T.Love:

– Czy gdybyś dziś mógł wyjść ze swojej tożsamości i aktualnego czasu i zrobićbyś casting na wokalistę, czy przyjąłbyś siebie?

Muniek na to:

– No co ty. Nigdy w życiu.

Jak widać, w rock and rollu nie liczą się przeszłe czy przyszłe umiejętności, tylko czas teraźniejszy (NA, s. 158).

Przytaczane fragmenty programu telewizyjnego pełnią także funkcję autopromocyjną, ponieważ z jednej strony zachęcają – przez odpowiedni dobór cytowanych replik – do obejrzenia całego odcinka. Nie bez znaczenia jest też sposób ich wprowadzania, w którym autor wielokrotnie powtarza, a tym samym utrwała tytuły swoich programów/audycji: „Taka sytuacja na przykład w programie *Kuba Wojewódzki*” (NA, s. 255). Z drugiej zaś strony określają pozycję Wojewódzkiego, który jawi się jako człowiek, liczący się w medialnym środowisku, gdyż do jego programu przychodzą prominentne postaci show-biznesu, polityki czy kultury.

W tę złożoną intertekstualną kompozycję tematów pierwszo-, drugo i trzecioplanowych, Wojewódzki wprowadza również parateksty⁵⁸, rekomendując, polecając rozmaite produkty. Poniżej kilka przykładów:

Polecam Wam Kuczoka. Jest bolesny, ale precyzyjny, jak chirurg gmeraający przy prostacie. Lubię jego publicystykę, ale też felietony (NA, s. 52).

Polecam wam tę sztukę [*Zagraj to jeszcze raz, Sam Woody’ego Allena E.T.*], choć gramy ją już siedem lat. Z każdym miesiącem więcej jest tam mojej inwencji niż pomysłów autora. To gruby nietakt, ale świetna zabawa (NA, s. 268).

Posłuchajcie jej [Małgorzaty Kunc z programu *Idol*], jest na YouTube. Zasługuje na to (NA, s. 331).

⁵⁸Więcej I. Loewe, *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Katowice 2007.

Przez stosowanie licznych i czasami obszernych dygresji „Nieautoryzowana autobiografia” sprawia też wrażenie chaotycznej. Elementami porządkującymi rozmaite, przeplatające się wątki są stosowane przez autora sformułowania metatekstowe typu: „Ale wróćmy do...”, „Ale odchodząc na moment od...”, „A teraz z innej beczki”, „A jeśli chodzi o...”, „À propos...”, „To był ważny czas”, lub wprowadzanie akapitów, które również sygnalizują zmianę tematu. Niejednokrotnie wątek główny, najprawdopodobniej intencjonalnie, jest przerywany wielokrotnie licznymi dygresjami, które pojawiają się na zasadzie skojarzeń, lub opisami (czasami nawet dwustronicowymi) osób, które są związane z prezentowaną sytuacją czy też cytatami. O intencjonalności złożonej konstrukcji świadczą sformułowania typu: „Wracamy do *Idola* po raz kolejny” (NA⁵⁹, s. 318), co pokazuje, że autor z jednej strony panuje nad wielowątkowością, z drugiej zaś bawi się formą.

Wskazana konstrukcja ujawnia, że nie sposób lepiej opisać książki Wojewódzkiego niż słowami, które sam autor napisał kilka lat wcześniej o *talk-show*, ponieważ „Nieautoryzowana autobiografia” jest swoistą wariacją autobiograficzną, w której autor prezentuje kolaż faktów, wydarzeń, wspomnień i – co istotne – również plotek, zasłyszanych anegdot i historyjek o wątpliwej proveniencji.

Kolejnym istotnym aspektem autobiografii jest relacja nadawczo-odbiorcza. Aleksandra Grzemska zauważa, że w autobiografii autor „nie jest podmiotem samotnym, lecz często współdziała (nawet nieświadomie) z innymi podmiotami «aktorami» przestrzeni społecznej”⁶⁰. W opowieści Wojewódzkiego zdarzają się, przeplatają, krzyżują, rozmaite wątki i związane z nimi osoby. Wielość i różnorodność przywoływanych postaci nie ułatwia czytelnikowi lektury. W autobiografii Wojewódzkiego czytelnik znajdzie całą paletę osobowości zarówno bliżej nieokreślonego Jacka, który „był nieprzyzwoicie gruby” (NA, s. 60) i Maciusia, który „wkurwiał wkurwieniem sześciolatka” (NA, s. 66–67), jak i Krzysztofa Zanussiego – „reżysera błogosławionego” (NA, s. 69) czy Anię, która była najpiękniejszym dopełnieniem (NA, s. 309). Istotne jest również to, że niektóre osoby są przedstawiane odbiorcy imieniem i nazwiskiem:

⁵⁹ Wszystkie kolejne cytaty z *Nieautoryzowanej autobiografii* będą opisywane skrótem NA + strona.

⁶⁰ A. Grzemska, *Matki i córki w polu autobiograficznym*, s. 79.

„Zanim trafiłem na Anię Starczewską, dziewczynę, z którą robiłem już potem wszystko (w zakresie produkcji telewizyjnej oczywiście), bywało różnie” (NA, s.235).

„Mój wieloletni kumpel Arek Jakubik napisał musical Jeździec burzy o Jimie Morrisonie i The Doors. Jestem dumny, że byłem częścią tego wydarzenia” (NA, s. 250).

Innym razem autor podaje tylko imię lub imię i inicjał nazwiska wspomianej osoby:

„Miała na imię nomen omen Katarzyna i była córką szkolnej woźnej” (NA, s. 84).

„Któregoś dnia Jacek K., człowiek o twarzy schorowanego śledzia, wyszedł ze szkoły jako etatowy punkowiec, ale wrócił jako nowo konsekrowany poppers” (NA, s. 156).

A czasami enigmatycznie podaje tylko inicjał – nie wiadomo, czy imienia, nazwiska czy może pseudonimu:

„Najlepszym tego przykładem była i jest Y. Niegdyś niepokorna gwiazda Big Brothera” (NA, s. 228).

„H. była dziewczyną z tak zwanego dobrego domu. [...] Mama H. była dla mojego pokolenia symbolem, niczym powstanie warszawskie czy reduta Ordona” (NA, s. 270).

Oprócz przywołanych powyżej H. i Y. pojawia się jeszcze M., K., T. czy O. Istnienie niektórych postaci, nawet tych zaszyfrowanych inicjałem, można potwierdzić łącząc rozmaite wątki, choć nie zawsze zgadzają się z chronologią wydarzeń prezentowanych w „Nieautoryzowanej autobiografii”. Jednak są też osoby, których nie udaje się zidentyfikować i wokół nich powstała dyskusja na forach internetowych itd. Można przypuszczać, że jest to zabieg z obszaru marketingu wirusowego, który sprawił, że czytelnicy przez próby rozszyfrowania postaci z książki sami zaczęli ją promować w internecie. Gra postaciami, liczne niedopowiedzenia, nieścisłości odbijają się w aspekcie stylistycznym, gdyż pokazują, że jest to narracja z jednej strony wykreowana, wybiórcza, enigmatyczna, momentami wprowadzająca odbiorcę na błędne tory, z drugiej zaś zachowująca swoje tabu, ograniczająca pewne informacje do minimum. Aleksandra Grzemska podkre-

śla, że „kwestie dysponowania auto/biografią, opierają się na limitowaniu szczerości, rozważaniu i negocjowaniu tego, co można powiedzieć”⁶¹ bądź tego, co autor chce powiedzieć.

Autobiografia Kuby Wojewódzkiego to opowieść o relacjach z ludźmi: miłosnych, przyjacielskich, kumpelskich, zawodowych. Czasami są to opisy pełne podziwu, innym razem nasycone wrogością, a nawet pogardą, co dostarcza wielu informacji o podmiocie mówiącym. Bowiern w przywoływanych postaciach bohater przegląda się niczym w lustrze.

Za sprawą umiejętnie poprowadzonej narracji nadawca autobiografii nawiązuje relację także z odbiorcą, stosując bezpośrednio zwroty do adresata:

Przepraszam za kibolsko-moralizujący ton, ale nikt wam nie obiecywał, że ta książka to będzie wielka literatura” (NA, s. 55).

Jak sami widzicie, zagajam inteligentnie aż strach (NA, s. 267).

Drogi panie, wyzbądźcie się tego! (NA, s. 277).

Możecie mi pozazdrościć (NA, s. 32).

Tak, tak moi drodzy (NA, s. 201).

Jak ktoś się pogubił, to niech przeczyta to zdanie jeszcze raz (NA, s. 273).

Przypomnijmy, jest rok 1990, czyli dla was czasy Mojżesza, Miriam i góry Nebo (NA, s. 234).

Autor wykorzystuje też zaimek osobowy (*my*), który można określić „MY” inkluzywnym, czyli włączającym w opowieść czytelników, tworzących z autorem wspólną poglądów, wartości itp. „Nie ukrywajmy tego, co będzie częstym motywem tej książki: żyjemy w dziwnym kraju w dziwnych czasach” (NA, s. 26).

Przytoczony cytat pokazuje, że podmiot mówiący odwołuje się do dwóch pojęć. Pierwszego literaturoznawczego – miejsce wspólne (*loci communes*) oraz drugiego, proponowanego przez socjolingwistów, określanego wiedzą wspólną (*common knowledge*). Właśnie do wspólnych doświadczeń, obserwacji, którymi dysponuje każdy w społeczeństwie, odwołuje się nadawca, konstruując swój tekst. Z kolei to, czy adresaci dysponują wiedzą wspólną, autor tekstu zakłada *a priori*.

⁶¹ Tamże, s. 80.

Funkcja fatyczna tekstu jest również realizowana przez metatekstowe automonologi, w których podmiot ocenia swój tekst niejako w trakcie pisania.

Nie wiem, kto to kupi i do kogo trafię (NA, s. 12).

Przeczytałem, co napisałem. To chyba nie jest argument (NA, 241).

Niestety, przeczytałem to, co napisałem przed chwilą, z wyraźnym odczuciem, że zaczynam przynudzać jak przeterminowany emeryt-moralista (NA, 33).

Jednak mimo autokrytycznych uwag, które są retorycznym chwytem fałszywej skromności, nic w tekście nie poprawia, nie zmienia. Taki zabieg może być właśnie usankcjonowaniem przymiotnika zamieszczonego w tytule „**Nieautoryzowana** autobiografia”, zatem opublikowana – *sauté*, bez autokorekt czy autocenzury. Zatem tytuł niniejszej autobiografii niejako wpisuje się w trend medialnej „szczeroci”, bez retuszu. Jednak warto podkreślić, że w praktyce autor zatwierdza tekst (np. wywiad), który został opracowany, skorygowany przez kogoś innego, w związku z tym można również ten tytuł interpretować literalnie, przyjmując że w tworzeniu autobiografii uczestniczył *ghostwriter*, a Wojewódzki jej nie autoryzował.

Mimo iż podmiot na początku przyznaje, że nie wie, kto kupi jego książkę, to jednak w tekście można znaleźć ślady projektowanego adresata: „Przypomnijmy, jest rok 1990, czyli dla was czasy Mojżesza, Miriam i góry Nebo” (NA, s. 234).

Przytoczone słowa można interpretować dwojako albo jako retoryczny chwyt, albo jako emanację wiedzy autora, wynikającą z badań socjologicznych, które wskazywały jako grupę docelową autobiografii młodych odbiorców, dla których lata 90. nie są czasem dobrze zapamiętanym, czyli będą to osoby urodzone w latach 90. lub później, co ma istotne znaczenie w kontekście stylu, którym posługuje się autor autobiografii.

Kluczem do osiągnięcia zaplanowanego celu komunikacyjnego jest niewątpliwie sposób przekazu. To, co wyróżnia tę autobiografię na tle innych, to nie tylko bohater, lecz także styl, którym autor operuje. Środki językowe wykorzystane do skonstruowania tekstu mają niebagatelny wpływ na odbiór danego przekazu. Uderzające w analizowanym tekście jest tworzenie mozaiki stylu potocznego, którego emanacją są bezpośrednie zwroty do adresata, kolokwializmy: „wyczesane towarzystwo” (NA, s. 69), spieszczanie

imion: „U Renulki uwiodły mnie oczy” (NA, s. 298), liczne ekspresywizmy czy wreszcie wulgaryzmy, które Maria Lewandowska określa typem *hard*⁶² i formuły świadczące o języku mówionym: „Tak, tak moi drodzy...” (NA, s. 234), które mogą wskazywać na radiowo-telewizyjne przyzwyczajenia autora oraz literackiego wprowadzanego za pomocą licznych cytatów m.in. z dzieł Jerzego Krzysztonia, Marka Hłaski czy Witolda Gombrowicza. Warto również zwrócić uwagę na styl – idiolekt, który jest niezmienny, konsekwentny, co potwierdza nie tylko niniejsza analiza, lecz także obserwacja innych badaczy⁶³. Kuba Wojewódzki operuje tym samym stylem, pisząc zarówno artykuł warsztatowy, felietony, autobiografię, jak i prowadząc telewizyjny *talk-show* czy audycję radiową. Co więcej można zaryzykować stwierdzenie, że we wszystkich tekstach realizuje ten sam styl – styl osobniczy, który jest komponentem jego medialnego wizerunku.

W autobiografii można odnaleźć także liczne stylizacje. Przez subiektywne relacjonowanie myśli bohatera, odczuć, liczne dygresje, nagłe zmiany tematów, wątków opowieść przypomina strumień świadomości. Z kolei przez postawę konfrontacyjną, humorystyczne obnażanie wad celebrytów, krytykowanie zasad panujących w show-biznesie, wskazywanie słabości systemu politycznego oraz zabawę formą analizowany tekst przypomina literaturę sowizdrzalską. Ironiczna i momentami cyniczna narracja oraz rozmowy z samym sobą przypominają też „Dzienniki” Witolda Gombrowicza – niejednokrotnie cytowanego w „Nieautoryzowanej autobiografii”. Natomiast pozornie „lekka” formuła, przewaga stylu potocznego i publicystycznego, swobodne wykorzystywanie formy, subiektywna selekcja informacji przypomina felieton – gatunek dobrze opanowany przez Wojewódzkiego – w którym przemycia się informacje „w interpretacyjnym opakowaniu”⁶⁴. W *Nieautoryzowanej autobiografii* odbiorca dostaje zarówno mozaikę osób, zdarzeń, myśli, jak i kolaż na poziomie konstrukcyjnym i stylizacyjnym, zatem to, co stanowi wiarygodną kwintesencję ról Kuby Wojewódzkiego w mediach, a to sankcjonuje jego wiarygodność w autobiografii. Można też domniemywać, że ta wielowątkowość, nielinearność, chaotyczność z jednej strony wprowadza dynamizm, przełamując niejako konwencję chronologiczną, uporządkowanej narracji autobiograficznej. Z drugiej zaś wpisuje

⁶² M. Lewandowska, *Profesjonalizm dziennikarski Kuby Wojewódzkiego*, Toruń 2019, s. 103.

⁶³ Por. W. Godzic, *Kuba i inni. Twarze i maski popkultury*, Warszawa 2013; M. Lewandowska, *Profesjonalizm dziennikarski Kuby Wojewódzkiego*, Toruń 2019.

⁶⁴ M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Lublin 2004, s. 202.

się w charakterystyczny styl, poetykę autora, które – być może – są wyrazem jego temperamentu, medialnej osobowości, bądź mają być tegoż wyrazem, kreacją.

Podsumowanie

Niniejsza analiza dowiodła, że „Nieautoryzowana autobiografia” Kuby Wojewódzkiego spełnia zarówno strukturalnie, tematycznie, jak i pragmatycznie oraz stylistycznie reguły autobiografii, choć przełamuje jej tradycyjny wzorzec, według którego autobiografia była przede wszystkim „opowieścią o przygodach duch”, „eksponowała życie świątobliwe”, a ujawnianie imion kochanek było śmiałym zabiegiem⁶⁵. Jest ona bowiem satyryczna, skandalizująca, obsceniczna i ekshibicjonistyczna, czyli w takim stylu, jaki jest właściwy rolom Kuby Wojewódzkiego, dla którego działalność w mediach jest profesją, bezpardonowo przemyślaną i wyreżyserowaną, a jedynie powierzchownie wyglądającą na nieokiełznaną. Być może medialna strategia Wojewódzkiego wpisuje się w niszę, ponieważ sterowanie ludzkim śmiechem jest o wiele bardziej skomplikowane niż strachem i powagą. „Nieautoryzowana autobiografia” utrwała/potwierdza medialny wizerunek Wojewódzkiego – celebryty, „który mówi głośno, chełpliwie i ironicznie, że jego gwiazda świeci najjaśniej”⁶⁶. W autobiograficznej książce opisuje pasmo sukcesów zawodowych, materialnych i miłosnych. Bohater jawi się jako ten, który zawsze dostaje intratne propozycje współpracy i sam decyduje o ich zakończeniu. Jest obiektem zainteresowania wielu kobiet, „które bez najmniejszej aktywności wzniecały u mnie nierówny rozdział krwi” (NA, s. 228), a sam żyje niczym „Piotruś Pan”. Prowadzi atrakcyjne życie towarzyskie: „Scenariusza zacząłem się uczyć na plażach w Tel Awiwu w towarzystwie długonogiej Natalii” (NA, s. 262), jeździ tylko luksusowymi samochodami, które pieczołowicie wycicha i detalicznie opisuje: „zakupiłem luksusowy model 599 Fiorano HGTE” (NA, s. 439), promując tym samym motoryzacyjne marki. Jest doceniany w środowisku show-biznesu, co nieustannie potwierdza, przytaczając słowa rozmaitych postaci: „Był jeszcze Janusz Głowacki, który czasami czytywał mnie w Polityce. Ktoregoś razu zagaja do mnie: „Czemu ty nie piszesz dłuższych form? Byłbyś niezły»”

⁶⁵ J. Madejski, *Praktykowanie autobiografii. Przyczynki do literatury dokumentu osobistego i biografistyki*, Szczecin 2017, s. 15–16.

⁶⁶ W. Godzic, *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*, Warszawa 2007, s. 292–293.

(NA, s. 19). W blisko pięciusetstronicowej opowieści pojawiają się zaledwie przebłyski, wskazujące na autorefleksję, dotyczącą na przykład nieumiejętności zbudowania trwałego związku, która natychmiast jest kontrastowana z bogatym życiem erotyczno-miłosnym, które bohaterowi odpowiada. Pojawiają się też stwierdzenia wskazujące na trudności budowania relacji z ludźmi w show-biznesie: „A dekalog szoła-biznesu uzupełnił mi się w tym momencie o kolejną ważną rubrykę. Że nie ma w nim takiej przyjaźni, która czasami nie dawałaby dupy” (NA, s. 296). Jednak i te niedogodności są rekompensowane: „i sławy, i hajsu mam już po korek” (NA, s. 12).

„Nieautoryzowana autobiografia” nie wnosi żadnych nowych, istotnych informacji o Kubie Wojewódzkim, ponieważ, kiedy już pojawiają się wątki, które nie były dotąd znane, na przykład dotyczące kobiet, z którymi bohater miał romans, to, jeśli są w ogóle prawdziwe, i tak zostają one ukryte, niedookreślone, zaszyfrowane inicjałami S., M., czy K., itd. Ta strategia jest spójna z wizerunkiem Kuby Wojewódzkiego, który w licznych wywiadach mówi o ochronie swojej prywatności:

Nie ma nic bardziej żałowanego, niepotrzebnego, jałowego i o kant dowolnego tyłka potłuc, jak fakt, kiedy człowiek [...] opowiada o sobie i sprzedaje swoją intymność. Ja tego nigdy nie robię. Ja jestem jednoosobową fabryką spreparowanych życiorysów, kłamcą lustracyjnym, medialnym. Uważam, że mój świat, moja prywatność [...] ktokolwiek jest mój, to mój prywatny sekret *garden* i do niego nie wpuszczam [...] Ja mam taką twarz na użytek publiczny jaką mam⁶⁷.

„Nieautoryzowana autobiografia” wpisuje się w tę strategię, ponieważ utrwała wizerunek Wojewódzkiego znany z mediów. Próżno zatem szukać w niej podmiotu „wyrażającego swoje najskrytsze, najbardziej osobiste doznania, doświadczenia, marzenia, autorefleksje”⁶⁸. Ponadto przez liczne podobieństwa do innych tekstów autora wydaje się być publikacją redundantną, jednak ilustrującą to – na co wskazuje Aleksandra Grzemska – że współczesna autobiografia wychodzi poza genologię do szerszego kontekstu. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że konstrukcja tej autobiografii wymaga na czytelniku wyjście poza książkę do innych kontekstów.

⁶⁷ Wywiad Marzeny Chełmniał z Kubą Wojewódzkim w magazynie *Powiedz tylko marzenie* w Radiu Zet 5.11.2006 r.

⁶⁸ A. Dziadek, *Autobiografia*, [w:] *Leksykon szkolny*, s. 26.

Na plan pierwszy w analizowanej autobiografii wychodzi zamysł (auto)promocyjny i komercyjny: nieustającego promowania swojego wizerunku jako człowieka sukcesu, swoich produktów (np. programu) oraz osób i marek. Zatem „Nieautoryzowana autobiografia” jest gadżetem, kolejnym produktem wytworzonym przez „jednoosobową fabrykę” Kuby Wojewódzkiego do celów marketingowych. Jest naturalnym narzędziem obecnym na rynku, którego Wojewódzki mógł użyć, wpisując się w nowoczesny trend pisania książek, bo jak sam mówi w swoim *talk-show* każdy dziś pisze książkę, każdy jest w czymś specjalistą.

Ewelina Tyc

Media-style autobiography
(as exemplified by *Unauthorized autobiography* of Kuba Wojewódzki)

The subject of a detailed analysis presented in this article is the *Unauthorized Autobiography* of Kuba Wojewódzki. A thorough review of the collected source material enabled the author to characterize this popular genre and indicate its role in a media space. The genological description draws attention to four aspects of the genre pattern. The regularities or deviations from the canonical pattern perceived in this area deepen the knowledge of contemporary autobiography and allows one to capture what makes it attractive.

Keywords: autobiography, genre, linguistic genology, persuasion, celebrity's image

Słowa kluczowe: autobiografia, gatunek, genologia lingwistyczna, perswazja, wizerunek celebryty